

Раздел 1 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 65:334.74

О. В. Абашева, кандидат экономических наук
Н. А. Тимшина, студентка
Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕКАРНИ ИП Ф. Г. ГАЗИЗОВ)

В статье рассмотрены особенности управления малым предприятием. Рассмотрены теоретические подходы к определению малого предприятия. Выявлены субъекты малого предпринимательства и их особенности. Проведен анализ деятельности малого предприятия, функционирующего в отрасли хлебопечения. Определены основные проблемы малого бизнеса, а также предложены пути их решения.

Ключевые слова: малое предприятие; субъекты предпринимательской деятельности; особенности управления малыми предприятиями; современные проблемы управления.

В настоящее время большое значение для рыночной экономики приобретают малые предприятия. Это связано с тем, что малый бизнес активно функционирует в период общего экономического спада. Малое предпринимательство снижает проблему безработицы в стране, предоставляя дополнительные рабочие места. Функционирование малых предприятий повышает конкурентоспособность национальной экономики, а также расширяет потребительский сектор. О необходимой поддержке малого бизнеса говорится на всех уровнях организации власти. Правительство Российской Федерации создает льготные условия для открытия малого бизнеса, предоставляет финансовую поддержку, а также упрощенный порядок ведения отчетности.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что функционирование малого бизнеса должно происходить таким образом, чтобы эффективность малых предприятий сочеталась с ограниченностью финансовых ресурсов и возможностей.

В современной литературе существует огромное количество определений малого предприятия. Например, Ф. Хайек – австрийский экономист и философ, под малым предприятием понимает «хозяйствующий субъект, для которого характерно особое поведение, стремление обнаружить различные возможности получения прибыли в условиях высокой рыночной конкуренции». И. Шумпетер рассматривает малое предприятие как «объединение нескольких физических лиц, направленное на создание новых комбинаций с целью выпуска новых видов продукции (товаров, работ, услуг) и освоения новых источников и форм организации труда и производства» [1].

Большое внимание уделяется поддержке малого бизнеса на всех уровнях государственной власти. Основным законом принято считать Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего бизнеса на территории Российской Федерации».

Поддержка малого предпринимательства в Кировской области осуществляется через региональные программы, основными являются:

- Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства на 2013–2020 годы;
- Развитие предпринимательства и внешних связей.

В России к субъектам малого предпринимательства, согласно ст. 4 закона «О развитии предпринимательства в РФ» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ, относятся:

- индивидуальные предприниматели;
- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- хозяйственные общества;
- хозяйственные партнерства;
- потребительские кооперативы;
- производственные кооперативы.

Для них характерны следующие особенности:

- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать 100 человек включительно для малых предприятий и до 15 человек для микропредприятий;

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год для малых предприятий не должна превышать 800 млн руб. и 120 млн руб. для микропредприятий;

- процент членства государства, субъектов РФ, муниципальных образований, общественных организаций или благотворительных фондов составляет не более 25 %. Процент членства иностранных юридических лиц или российских юридических лиц (не имеющих статуса малого предприятия) составляет не более 49 %.

Рассмотрим специфику управления малым предприятием на примере пекарни ИП Ф. Г. Газизова, находящейся в г. Малмыже Кировской области.

Данное предприятие действует согласно законодательству в соответствии со всеми нормами и требованиями.

Основным видом деятельности данного предприятия является производство хлеба и хлебобулочных изделий. Структура основной товарной продукции представлена в табл. 1.

Таблица 1. Структура основной товарной продукции

Вид продукции	Выручка 2014 г., тыс. руб.	Процент в общей доле продукции, %	Выручка 2015 г., тыс. руб.	Процент в общей доле продукции, %	Выручка 2016 г., тыс. руб.	Процент в общей доле продукции, %
Хлеб пшеничный	15 048	50,28	25920	55,63	36 288	58,94
Хлеб ржаной	1324,8	4,43	2386,8	5,12	3369,6	5,47
Батоны	3510	11,73	4608	9,89	5752,8	9,35
Пирожки	10 044	33,56	13 680	29,36	16 156,8	26,24
Всего	29 926,8	100	46 594,8	100	61 567,2	100

По данным, представленным в табл. 1, можно сделать вывод о том, что основную выручку предприятие получает благодаря продукту «хлеб пшеничный», который занимает в течение 2014–2016 гг. лидирующую долю в выпуске продукции.

Для данной организации характерны все особенности, присущие малому бизнесу.

Предприятие «ИП Газизов» относится к индивидуальному предпринимательству, т. е. владельцем предприятия является одно лицо, которое осуществляет свою деятельность согласно договору. Это ма-

лое по размерам предприятие. В подчинении директора находится 80 человек. Численность персонала с момента открытия пекарни стремительно росла в связи с увеличением объемов реализации и расширением рынка. Динамика зависимости кадров от объемов реализации отображена на рис. 1.

Проведя анализ управленческой структуры, нами было выявлено, что для предприятия характерна линейно-функциональная структура, что является оптимальным (рис. 2). Основным персоналом составляют рабочие.



Рис. 1. Динамика зависимости персонала от объемов реализации

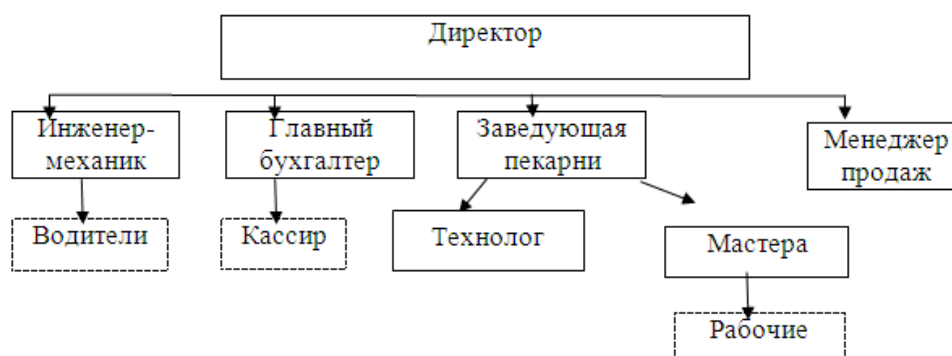


Рис. 2. Структура персонала

Анализируя финансово-хозяйственную деятельность пекарни, были определены основные тенденции в работе предприятия. Основные финансово-экономические показатели представлены в табл. 2.

За исследуемый период 2014–2016 гг. отмечен существенный рост выручки от продаж, а также рост прибыли от продаж. Так, в 2014–2015 гг. темпы роста прибыли от продаж составили 216,1 %; в 2014–2016 гг. – 339,1 %. На рост реализации продукции

повлияло значительное увеличение количества новых потребителей и потребности в данной продукции. Наблюдается рост себестоимости в связи с увеличением объемов производства и ростом закупочных цен. Темпы роста выручки опережают темпы

роста себестоимости реализованной продукции, что положительно сказывается на рентабельности продаж. Это является положительным фактом в деятельности предприятия.

Таблица 2. Основные экономические показатели деятельности предприятия

Наименование показателя	Период			Отклонение, абс.		Отклонение, отн., %	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	за 2014–2015 гг.	за 2014–2016 гг.	за 2014–2015 гг.	за 2014–2016 гг.
Объем продукции, тонн	741,78	1128,24	1448,28	386,46	706,5	152,1	195,24
Выручка от продаж товаров, тыс. руб.	29 926,8	46 594,8	61 567,2	16 668	31 640,4	155,7	205,73
Полная себестоимость, тыс. руб.	22 062,8	29 600,8	34 900,2	7538	12 837,4	134,17	158,19
Прибыль от продаж, тыс. руб.	7864	16 994	26 667	9130	18 803	216,1	339,1
Численность персонала	64	71	80	7	16	110,94	125
Средняя заработная плата персонала, тыс. руб.	11 520	13 802,4	16 800	2282,4	5280	119,81	145,83
Рентабельность продаж, %	26,28	36,47	43,31	10,19	17,03	138,78	164,8

Таким образом, особенности управления малым предприятием в современном мире характеризуются рядом преимуществ, а именно: доступностью многим гражданам по причине небольших первоначальных вложений, высокой оборачиваемостью ресурсов, возможностью быстро реагировать на изменения рыночного спроса.

Несмотря на положительную динамику в деятельности предприятия для малого бизнеса на современном этапе развития экономики характерны некоторые проблемы, основными из которых являются: высокое налоговое бремя; низкая квалификация управляющего персонала и самих работников предприятия; высокие ставки по кредитам; нестабильные заказы и пр. [2].

Проведя всесторонний анализ и выявив перспективные направления развития малого предприятия, нами сформулированы основные пути решения выявленных проблем [3]:

- стимулирование муниципалитетов к развитию малого предпринимательства (налоги на местный уровень);

- постоянное повышение квалификации руководителей, посещение ежегодных семинаров и дополнительных курсов;

- разработка системы субсидирования процентных ставок по кредитам коммерческих банков субъ-

ектам малого предпринимательства в целях удешевления кредитных ресурсов;

- формирование и стимулирование спроса со стороны крупного бизнеса.

Несмотря ни на что малый бизнес может оказаться более живучим в условиях глобального кризиса, малые предприятия более динамично реагируют на рыночные изменения. Гибкость и высокая приспособляемость является главным их достоинством. Именно с развитием предпринимательства власти связывают надежды на то, что экономический рост в нашей стране не остановится, в то время как другие страны окажутся в рецессии. Для малых компаний кризис – это шанс для диверсификации и мощного развития.

Библиографические ссылки

1. Малое предпринимательство в торговле. – URL: https://knowledge.allbest.ru/economy/2c0a65635a2bd68b5c43b88421216d37_1.html (дата обращения: 07.11.2017).

2. Проблемы малого бизнеса в России. – URL: <http://www.pandia.ru/text/77/205/79869.php> (дата обращения: 09.11.2017).

3. Проблемы малого бизнеса и пути их решения. – URL: <http://www.opora51.ru/smallbprobs.html> (дата обращения: 09.11.2017).

O. V. Abasheva, PhD in Economics

N. A. Timshina, Student

Kalashnikov Izhevsk State Technical University

FEATURES OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT (ON THE EXAMPLE OF THE BAKERY FE F. G. GAZIZOV)

The article considers the features of small enterprise management. Theoretical approaches to the definition of a small enterprise are considered. Subjects of small business and their features are revealed. The analysis of the activity of a small enterprise functioning in the bakery industry was carried out. The article identifies the main problems of small business, and suggests ways to solve them.

Keywords: small enterprise; subjects of entrepreneurial activity; management peculiarities of small enterprises; modern management problems.